

Comunicación Alternativa, una mirada a través de las agrupaciones juveniles

COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

Una mirada a través de las agrupaciones juveniles¹



Ángela Garcés Montoya
agarces@udem.edu.co

Tatiana Betancur Jaramillo
tbetancur@udem.edu.co

Recibido el 7 de julio de 2006
Aprobado el 10 de octubre de 2006

RESUMEN

La investigación ***Sujeto joven en contexto rural. Una aproximación a través de las agrupaciones juveniles*** es un proyecto desarrollado por el grupo de investigación Discurso, Organización y Política de la Universidad de Medellín y el Área de investigación en Juventud de la Caja de Compensación Familiar Comfenalco-Antioquia. Esta investigación se orienta hacia tres temáticas de estudio que comprenden: sujeto joven rural, proyecto de vida y comunicación alternativa a través de las formas de agrupación juvenil. Se considera en especial la población juvenil aglutinada en grupos juveniles que fortalecen su organización y su condición de actores sociales al promover el uso de los medios de comunicación como *estrategia alternativa* para alcanzar espacios de participación y avanzar en el fortalecimiento del tejido social, el desarrollo y la identidad local.

Todo ello obliga a contextualizar la *comunicación alternativa* en Medellín y, específicamente, en la zona rural; es necesario, también, revisar la apropiación de medios de comunicación por los jóvenes organizados que posicionan una comunicación diferente a la comunicación masiva o comunicación comercial. Mientras la comunicación comercial es concebida para ciudadanos -consumidores o ciudadanos- espectadores, apartados de la escena pública y sumidos en espacios privados, la «comunicación otra» promueve la autogestión, la participación y la acción social, en pro del posicionamiento de espacios y propuestas diversas y diferenciadas.

PALABRAS CLAVE

Juventud rural, identidad, comunicación otra, ciudadanía, comunicación comunitaria, comunicación como *estrategia alternativa*.

ABSTRACT

The research ***Young subject in a rural context, an approximation through juvenile groupings*** is a project developed by the research group Discourse, Organization, and Politics of the University of Medellin and the Youth Research Area of the Caja de Compensación Familiar Comfenalco- Antioquia. This research is oriented towards three study issues which are: young rural subject, life project, and alternative communication through juvenile grouping forms. The paper especially takes into consideration the juvenile population agglutinated into juvenile groups who strengthen their organization and their condition as social actors, upon promoting the usage of the means of communications as an *alternative strategy* to occupy participation spaces and to advance in the strengthening of the social texture, the development, and the local identity.

All of the above forces us to contextualize the *alternative communication* in Medellin, specifically in the rural area; it is also necessary to review the usage of means of communication by the organized youngsters who put in place a communication that is different from massive or commercial communication. While the commercial communication is conceived by citizens – consumers or citizens -, spectators that are margined from the public scenario and submitted into private spaces, the «other communication» promotes the self-management, the participation, and the social action, in favor of the positioning of spaces and diverse differentiated proposals.

KEY WORDS

Rural youth, identity, other communication, citizenship, communitarian communication.

INTRODUCCIÓN

«Que no hablen los de siempre: Promover que cualquier joven sienta que su propia historia, sus sentimientos e ideas son valiosos; y en consecuencia que no se autoexcluya ni se deje marginar del escenario de la expresión pública. Crear, opinar, realizar iniciativas no son dones reservados para algunos elegidos. Desarrollar espacios para la expresión pública de las opiniones y propuestas de jóvenes, usando diversos medios creativos adecuados a sus lenguajes, estéticas y formas de ser»...

www.calandria.org.pe

Al abordar la *juventud rural* en Medellín como objeto de investigación se presentan varias limitaciones, referidas principalmente a los desarrollos teóricos y conceptuales que reflejan la ausencia de investigaciones que crucen las dimensiones de territorio rural - juventud - ciudadanía. Al menos, como intuición metodológica se reconoce que la juventud en entornos rurales se diferencia de aquellos que habitan un entorno urbano; los contrastes se establecen en relación con sus dinámicas cotidianas, sus proyectos de vida e, incluso, con sus posibilidades de reconocimiento social como *ciudadanos* activos y participativos. Potenciar y acompañar los estudios sobre *juventud rural* es clave para llevar a cabo transformaciones necesarias en la capacidad de gestión y visibilidad de los jóvenes rurales y, además, para aportar al ejercicio pleno de la ciudadanía.

En Medellín los estudios de juventud tienen un fuerte sesgo metropolitano y urbanizante, situación que corresponde con las condiciones y orientaciones de la producción de conocimiento sobre juventud en Colombia. Según el estudio del «Estado del arte nacional en investigación en juventud» registrado en los últimos 20 años, presentado por el investigador Manuel Roberto Escobar² se encuentran como aspectos relevantes las siguientes perspectivas investigativas, que oscilan entre la estigmatización de los jóvenes o el reconocimiento de sujetos productores de cultura, veamos:

- Investigaciones basadas en jóvenes urbanos que asocian al joven con la *vulnerabilidad* y el

riesgo, la búsqueda de identidad y el cambio social. En esta vía de sentidos, se representa al joven en relación con *incompletud, transitoriedad y vulnerabilidad*. El sujeto leído como carencia es por tanto susceptible de entrar en riesgos para sí mismo y/o constituirse en un peligro-amenaza para la sociedad.

- Se reitera la ubicación del joven desde la perspectiva etaria, que se conjuga con la anterior orientación investigativa, que termina por atribuir las problemáticas juveniles a la edad en que se está, ya sea porque se asume que la biología determina conductas (por ejemplo desde «ajustes hormonales») o que la inserción en los roles sociales esperados demanda ajustes («una etapa de crisis») y, en algunos casos, deriva en desviaciones o transgresiones.
- En contraste con las dos anteriores hay otro nodo importante de las representaciones del joven en las investigaciones asociadas al reconocimiento de su capacidad de producir cultura; se trata de la noción de un *sujeto portador de una cultura específica* (subcultura, microculturas, culturas juveniles...). Se reconoce un sujeto joven creador de sentidos y prácticas.
- Recientemente emergen investigaciones orientadas por una noción del joven como *sujeto de derechos*, bajo el reconocimiento del joven como *actor de ciudadanía*, en tanto esperanza de transformación social, motor de cambio, agente de protagonismo, etc. Hay aquí una noción de inclusión del sujeto social joven a través de su propia acción, que, además, le atribuye un encargo de resolución de problemáticas sociales, ya sea mediante la participación o desde el trabajo comunitario.

Al considerar las perspectivas investigativas entre jóvenes vulnerables y jóvenes productores de cultura, es claro que nuestra investigación «Sujeto joven en contexto rural. Una aproximación a través de las agrupaciones juveniles» reconoce la necesidad de revisar los estereotipos que marcan

Acompañar los estudios sobre *juventud rural* es clave para llevar a cabo transformaciones necesarias en la capacidad de gestión y visibilidad de los jóvenes rurales.



y fracturan al joven en contextos marginales y reconocer al *sujeto productor de cultura* en relación con las condiciones sociales y económicas que lo determinan. Por ello, el objetivo principal busca «contribuir a la conceptualización del sujeto joven en el contexto rural a través de las formas de agrupación juvenil presentes en los corregimientos de San Sebastián de Palmitas, San Cristóbal y Altavista».

Al apreciar el mapa de Medellín es posible diferenciar el área urbana del área rural. Según esa división territorial, el municipio de Medellín cuenta con un 70% de área rural, sobre la cual existen amplios estudios ambientales como producto del desarrollo vial del centro de Medellín hacia occidente, caso del túnel de occidente, y hacia el oriente cercano. A pesar del desarrollo en infraestructura vial, los estudios sociales siguen siendo bajos, aunque se trata de poblaciones rurales que están siendo fuertemente afectadas por el crecimiento urbano de Medellín y por su desarrollo en interconexión vial. (Ver: Mapa de Medellín: Área Urbana / Área Rural).

Ante la ausencia de investigaciones referidas a jóvenes en contextos rurales, el alcance del estudio será descriptivo y exploratorio y, en una primera fase, nos acercamos a tres corregimientos del municipio de Medellín, ubicados al Noroccidente y Occidente, ellos son: San Sebastián de Palmitas, Altavista y San Cristóbal, los cuales operan como ruralidad en el enfoque territorial; si bien es necesario conocer las condiciones productivas, geográficas y demográficas de esas zonas, en el estudio que adelantamos se resalta más bien el reconocimiento de un territorio como espacio socialmente construido donde los jóvenes crean y renuevan las formas de agruparse y, gracias a la acción colectiva, dan nueva dimensión a su *condición de juventud*.

Las aproximaciones preliminares a la juventud organizada en los corregimientos se realizan a través de una base de datos que recogen inicialmente los listados suministrados por Metrojuventud³, y luego, esa información se depura

con las conversaciones y talleres grupales que reúnen a los líderes de las organizaciones; con ellos se logra consolidar la información y contar con 20 agrupaciones juveniles, distribuidas en los corregimientos de estudio, así: Altavista, 7 agrupaciones; San Cristóbal, 10 agrupaciones; San Sebastián de Palmitas, 3 agrupaciones.

Cuadro 2: Agrupaciones juveniles en los corregimientos Altavista, San Cristóbal, San Sebastián de Palmitas.

| Corregimiento | Vereda | Nombre de la agrupación | Perfil de la agrupación |
|---------------------------|---------------|---|--|
| SAN CRISTÓBAL | La Loma | ATEAS. Grupo de teatro | Artístico |
| | | Grupo Teatral Semillas | Artístico |
| | Parte Central | Chirimía Sonar | Artístico—Musical |
| | | JUVENDI. Juventud diferente | Formativo; enseñanza de principios bíblicos y morales a sus integrantes. |
| | | Waira | Artístico, con énfasis en teatro y expresión corporal. |
| | Las Playas | Asociación de Jóvenes de San Cristóbal | Comunitario |
| | Pedregal Bajo | Club Juvenil Progresar | Comunitario—Recreativo |
| | Travesías | Grupo Palmatravi | Comunitario—Recreativo |
| | Roblemar | Grupo Juvenil Propuesta Joven | Comunitario |
| ALTAVISTA | Parte Central | JUFRANA. Juventud Franciscana | Comunitario |
| | | Brigada Cívica Juvenil | Comunitario |
| | | Periódico Altavista Somos | Comunitario |
| | | Comparsa Pantoclown | Artístico |
| | Aguas Frías | Corporación Juvenil Cultural de Altavista | Comunitario |
| | | Grupo Juvenil DKDA | Comunitario |
| | | The Star Swing | Artístico |
| | Manzanillo | Corporación Juvenil Nuevos Amigos | Comunitario |
| | | Club Juvenil Pioneros | Comunitario |
| SAN SEBASTIÁN DE PALMITAS | Parte Central | Grupo Vértigo Juvenil | Cultural |
| | La Suiza | Jóvenes del Futuro | Comunitario—Recreativo |

Fuente: Investigación Sujeto joven en contexto rural. Universidad de Medellín, Comfenalco, 2006.

La visibilización de las acciones y producciones culturales de las juventudes a través de los medios alternativos supone la *comunicación Otra*⁴, que difícilmente circulará en los medios masivos de comunicación, al tratarse de proyectos juveniles dotados de independencia y creación, como tales, pensados desde las subjetividades e identidades juveniles, que en su diferencia y resistencia cultural recrean y confrontan la cultura y los procesos hegemónicos impuestos por los mundos adultos institucionalizados o por las industrias culturales orientadas hacia un alto consumo juvenil. Se trata, entonces, de una *comunicación Otra*, nombrada así por Raúl Bendejú, al ser una «comunicación que siempre tiene algo distinto y alterador del orden comunicativo masivo, donde las expectativas y características populares son interpretadas no como mediación, sino como memoria negada»⁵.

A continuación nos daremos a la tarea de revisar el uso y apropiación de medios de comunicación en las agrupaciones juveniles en Medellín, donde se resalta la urgencia de producción de mensajes propios que aporten al desarrollo local y, a su vez, avancen en el diálogo y debate público. Se constata que cuando los jóvenes dirigen su mirada al entorno cercano, sienten la necesidad de

**Quando los
jóvenes dirigen
su mirada al
entorno
cercano,
sienten la
necesidad de
reconocer y
dinamizar los
escenarios de
acción política.**

reconocer y dinamizar los escenarios de acción política al afrontar una comunicación local o una comunicación ciudadana; con todo ello, se fortalece *otra comunicación* donde los jóvenes inciden en su cotidianidad y en las políticas públicas que definen su presente y su futuro.

Derivas entre comunicación alternativa, ciudadana, comunitaria

Comunicación ciudadana

«La comunicación debe politizarse, es decir, debe evidenciar y fortalecer esos lazos existentes entre el «aquí vivo» y la metrópoli, moviendo responsabilidades individuales y colectivas».

Rosa María Alfaro

Es necesario comenzar esta parte, tratando de precisar la noción de *ciudadanía*. Ella alude en primera instancia a la posibilidad de nombrar una identidad que no pasa por la diferencia (de género, sexo, generación o clase social), sino por la integración y responsabilidad colectiva; así, en relación con la ciudadanía cobran importancia las denominaciones de vecino, junta, asamblea, agrupación, club, entre otras; se alude, entonces, a procesos de organización social y local que inciden en entornos cercanos y reconfiguran el tejido social. Bajo esas coordenadas, se entiende:

El ciudadano se percibe a sí mismo desde donde vive. Surge de allí y se proyecta al entorno cercano. Así, uno es de un lugar, pertenece a él aunque esta situación no se sustente en ningún tipo de opción. Se origina en un lugar y no en principios fundamentalistas de identidad porque más que ser de un lugar es estar en él, es un «aquí vivo» que compromete redes sociales diversas y sentidos que no sólo se quedan dentro de ese barrio sino en la interacción social que compromete varios niveles: barrio, distrito, ciudad, municipio⁶.

La *comunicación ciudadana* visibiliza la población «hasta ahora anónima»; los «ciudadanos sin voz»

son reconocidos en su individualidad y en su identidad colectiva; aparece entonces: «la voz de los silenciados, en tanto se incluye y nombra a los innombrados en los medios masivos»⁷. En la comunicación ciudadana se subvierte la lógica de poder de la comunicación masiva, pues el privilegio del emisor y su información son destronados, para dar lugar a procesos de negociación y de producción de sentidos de acuerdo con el mundo simbólico de los «ciudadanos», referidos a conocimientos, pertenencia, identidad, edad, sexo, clase social, nivel de educación, etc.

En la lógica de la comunicación masiva, difícilmente se logra un diálogo entre los ámbitos privado y público; pues las posibilidades de interacción son escasas y, sobre todo, existe un amplio margen de población que no tiene posibilidades reales de acceso, aprovechamiento y uso de la información que circula en los medios masivos; más aún: en «los medios masivos es evidente que existen marginados y excluidos, se trata de aquellos ciudadanos sin voz e invisibles ante un mundo que parece avanzar sin ellos»⁸.

Se entiende entonces que la comunicación ciudadana reconoce y nombra la situación particular de los sujetos en sus contextos, y a partir de ese doble reconocimiento los ciudadanos pueden actuar sobre su «realidad social» inmediata. Si la comunicación permite transformar a los sujetos y su entorno nos acercamos a la *comunicación para el cambio social*, como lo expresa Jairo Muñoz en el texto *Medios alternativos y cambio social*:

Las pequeñas comunidades locales y regionales, para impulsar su propio desarrollo, para un proceso de cambio, o para contribuir crítica y positivamente a los proyectos y planes diseñados por entidades oficiales o privadas para su beneficio, no encuentran por lo general en los medios masivos, así concebidos, un apoyo real y permanente o una forma adecuada de animar estos procesos comunales⁹.

La comunicación ciudadana busca la apropiación y empoderamiento de ciudadanos activos dispuestos a intervenir los procesos de transformación que aportan al desarrollo local. Quien participa en un proceso de comunicación ciudadana abre sus ojos al entorno inmediato e irrumpe en las relaciones de poder, ejerciendo su capacidad de ser agente activo en la reformulación de su propia vida, futuro y cultura. Se trata, entonces, de *otra comunicación*:

... concebida como un proceso de diálogo privado y público a través del cual se pretende que las personas, fundamentalmente los grupos marginados tanto política, cultural como económicamente, decidan quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo, y en su empeño de tratar de lograrlo -en un contexto donde se les facilite la elección de opciones y oportunidades- mejoren su calidad de vida guiados por los principios de tolerancia, autodeterminación, equidad, justicia social y participación¹⁰.

La comunicación ciudadana considera la participación efectiva de los actores sociales, que reconocen en el «derecho a la comunicación» la posibilidad de superar la condición de ciudadanos informados y promover, más bien, ser ciudadanos activos al producir y negociar los sentidos informativos de las noticias de acuerdo con las necesidades propias de su entorno y en función de las relaciones sociales cercanas. La comunicación ciudadana promueve la participación ciudadana basada en principios democráticos de discusión, crítica y debate público; se entiende así como:

... una comunicación de vocación democrática, que se propone como alternativa frente a otra comunicación predominante y oficial, construida desde discursos de amplio reconocimiento social por su pervivencia en la agenda pública predominante, pero inscritos en circuitos de intereses y apuestas hegemónicas y excluyentes (...) frente a la cual aparece otra

comunicación que tiene que ver fundamentalmente con el trámite, circulación, competencia y visibilidad de los discursos de públicos con una identidad y una agenda propia, donde prevalecen sus expresiones, sus medios y sus modos de construcción de discursos, de mensajes y de circuitos de circulación¹¹.

En ese sentido, la comunicación ciudadana promueve la apropiación y uso de medios de comunicación para lograr la producción de mensajes propios y, así, potenciar los procesos comunicacionales efectivamente vivenciados. Se insiste, entonces, en un «derecho a la comunicación» donde cobra importancia la relación ciudadano - comunicación - territorio local, entendiendo que «territorio local es un lugar cercano, visible y controlable. Se le mira y se le usa de manera cotidiana. Desde allí lo público se hace posible, se puede organizar la vida social acercándola a la política. Allí la gestión pública se desacraliza¹² pues pierde poder para ganar participación».

Sin embargo, la relación ciudadano - comunicación - territorio local deja un vacío en el diálogo público, que debe abarcar la relación amplia entre lo público y lo privado; por ello se entiende que el ejercicio ciudadano circunscrito en lo local deja en vilo la posibilidad de construir ciudadanías sólidas que enfrenten la problemática del poder estatal y su organización democrática; queda abierta una pregunta: si lo público es lo vecinal, ¿será esa la condición de participación ciudadana suficiente para generar movilizaciones ciudadanas que dialoguen con la agenda pública del corregimiento, la ciudad, el departamento, el país?

Atendiendo a esa pregunta, la Alcaldía de Medellín en su Plan de Desarrollo 2004 - 2007 considera una línea estratégica referida a «Medellín gobernable y participativa»; en ese componente se propende por una organización y participación ciudadana,¹³ que plantea entre sus proyectos y metas las siguientes:

Proyectos:

- Construcción de *redes de comunicación* para establecer y promover mecanismos de participación de la comunidad en la Gestión pública.
- Elaboración de un Banco de Registro de los medios de comunicación alternativos, para mantener una comunicación permanente a fin de fortalecer los procesos de información y participación de la comunidad.
- Diseño y aplicación de estrategias *de comunicación para la promoción de la participación comunitaria* en la gestión pública.

Metas:

- Construir una Red de Comunicación Pública con los sectores sociales organizados y articulados en los MASGERCA y Casas de Gobierno.
- En un año, establecer comunicación directa con el 20% de los *medios de comunicación alternativos* de la ciudad.

Gracias al desarrollo de esa línea estratégica con énfasis en la constitución de la Red de Medios en Medellín, se presentarán mas adelante datos comparativos sobre el número de medios existentes en la ciudad de Medellín, discriminados entre radio, televisión, impresos, electrónicos; a su vez, se compara la existencia de medios en el área urbana y en la rural, y la apropiación y uso por organizaciones juveniles.

Se resalta la labor de un medio relacionado con las posibilidades que brinda la comunicación ciudadana; se trata del programa de televisión **Desde arriba. El magazín de la Comuna 6**; esta propuesta busca llegar con temáticas concretas de la vida cotidiana del barrio, recoge lo que acontece en las calles, en las familias, en las organizaciones y en la vida escolar, para generar conocimiento, reconocimiento y visibilización entre los sectores populares que luchan por el bienestar de todos, aumentando los niveles de participación y convivencia; el equipo de trabajo está conformado por un grupo de jóvenes y adultos que consolida un programa de televisión: El magazín «Desde arriba»¹⁴.

El magazín surge como una posibilidad de aportar a la Red de Organizaciones Sociales de la comuna 6 de Medellín; para ello, 20 jóvenes se capacitan a través del taller de Comunicación Comuna 6, gestionado con recursos del Presupuesto Participativo del Municipio de Medellín; la propuesta se fortalece con equipos técnicos y los grupos de producción de televisión de las organizaciones Picacho con Futuro, Coproken T. V. y Corporación Simón Bolívar.

A largo plazo, esta propuesta de televisión busca consolidar un grupo técnico y profesional que continúe fortaleciendo la experiencia de producción de televisión y aportando a la identidad popular. La propuesta inicial contó con la producción de 12 magazines que son transmitidos por los canales internos de las antenas parabólicas del sector, sistemas de cable y el canal regional Teled Medellín. Las temáticas desarrolladas a la fecha son: la comuna 6 de Medellín, educación sexual, la situación de la niñez en la comuna, prácticas juveniles, la tercera edad, la navidad, el rebusque, las comidas, entre otros.

Comunicación comunitaria

Los proyectos de la comunidad, sus historias, su contexto, cultura e identidad, logran reflejarse en la *comunicación comunitaria* que busca por un lado promover la participación de actores locales al servicio social, en función de proyectos comunes que impulsen el desarrollo y gestión de la comunidad, y por el otro luchar por el equilibrio en la construcción de agendas informativas y comunicativas propias. En palabras de Armand Mattelart: «devolverle el habla al pueblo»¹⁵.

Devolverle la voz al pueblo, hacer que este cree, participe y oriente los proyectos al desarrollo local

Se resalta la labor de un medio relacionado con las posibilidades que brinda la comunicación ciudadana

son algunos preceptos de la comunicación comunitaria. «En Colombia, los medios de comunicación comunitarios constituyen la posibilidad de llenar un vacío existente en la participación de sectores y grupos de la sociedad, cuyas voces habían estado ausentes a lo largo de la historia y cuyos intereses no parecen verse plasmados en los partidos políticos»¹⁶.

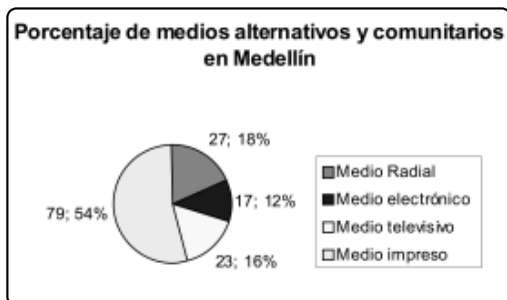
Conocer el lugar, el contexto y las experiencias que allí se originan son piezas clave para trabajar en pos del desarrollo local; «por ello es necesario que los productores, locutores y periodistas comunitarios conozcan y tengan a mano elementos

conceptuales sobre los componentes de nuestra localidad...»¹⁷, en otras palabras, formar una cultura popular, proyecto en el que Colombia ha sido pionera a través del novedoso modelo pedagógico conocido como Bachillerato por radio -Radio Sutatenza- creado por Monseñor Salcedo en 1974¹⁸. La emisora, que ha sido objeto de numerosos estudios y que es considerada como una de las prácticas más valiosas de la radio como instrumento de formación de una cultura popular, pasó a formar parte de Acción Cultural Popular (ACPO), creada para expandir las actividades de educación a distancia y proporcionar a ocho millones de adultos de las áreas rurales de Colombia los medios para asumir la responsabilidad de su propio desarrollo. En 1990 *Radio Sutatenza* fue clausurada y sus instalaciones fueron vendidas a la Cadena Caracol, una red de emisoras comerciales de Colombia, al afrontar problemas financieros y administrativos. A pesar de que *Radio Sutatenza* no permaneció muchos años como una experiencia de comunicación radial, se resalta su labor comunitaria y, a su vez, ser la primera experiencia radial con un enfoque que integró la educación con medios de comuni-

cación masivos, motivando a otros países en América Latina, Asia y África para trabajar bajo este enfoque.

Otro medio de comunicación comunitaria que pretende actualmente movilizar los distintos grupos existentes en el interior de una comunidad, a favor de proyectos comunes en donde la participación sea movilizadora del proceso de gestión comunitaria, son los periódicos comunales que con un lenguaje cercano y próximo educan, informan y congregan a la población para que comparta sus experiencias y sean parte de la audiencia, como lo expresa Julio E. Benavides: «los medios de comunicación comunitarios transitan ineludiblemente y permanentemente entre satisfacer el gusto de las audiencias e interpelar a la comunidad en busca de generar actuaciones públicas»¹⁹.

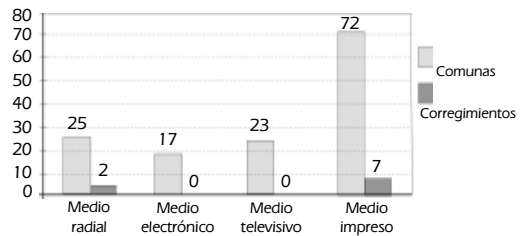
En la consolidación de la base de datos de medios alternativos y comunitarios de Medellín, realizada en el 2005 y actualizada en el 2006, la Alcaldía de Medellín presenta los impresos como el medio comunitario de mayor uso y representatividad tanto en las comunas como en los corregimientos de Medellín, veamos:



Fuente: Base de Datos: Medios Alternativos en Medellín. Alcaldía de Medellín. 2005 - 2006.

En las comunas de Medellín se cuenta con 72 impresos (algunos alternativos, aunque no necesariamente comunitarios). Los datos obtenidos en trabajo de campo, durante el desarrollo de la investigación «Sujeto joven en contexto rural. Una aproximación a través las agrupaciones juveniles», dan cuenta de la

Medios en las comunas vs. en los corregimientos



existencia de medios de comunicación en los corregimientos donde se privilegia el formato impreso, tipo periódico informativo y cultural; en los corregimientos existen tres medios impresos comunitarios y en la zona urbana de Medellín también se presentan tres periódicos; todos ellos son importantes por su contenido comunitario y, además, porque su equipo de trabajo está conformado por jóvenes (Ver anexo: Medios Impresos de Grupos Juveniles).

Estos periódicos son considerados medios comunitarios por los contenidos en los que se privilegian la cotidianidad, la participación, la educación popular, la proximidad y el desarrollo. Son medios liderados por población juvenil organizada que además de proyectar a la comunidad, encuentran en estos medios el espacio para ser actores sociales y aportar al proyecto de vida personal.

Los medios comunitarios y locales hacen referencia a aquellos circunscritos a grupos poblacionales determinados que comparten un entorno específico barrial, veredal, local o regional. La idea de esta concepción es que sea la misma gente la que produzca sus medios de comunicación de pequeña escala, la que presente sus propias definiciones de sus necesidades y los objetivos que persiguen²⁰.

Como se evidencia, son los corregimientos, la población rural la que cuenta con menor número de medios comunitarios y con menor espacio en la agenda pública y en la participación en la comunicación ciudadana; entonces, ¿qué posibilidad de desarrollo y progreso tienen estas

comunidades?, ¿con qué otros espacios cuentan para compartir la diversidad, la multiculturalidad, las experiencias propias y cercanas?

Varias iniciativas de organizaciones juveniles buscan ganar espacios que posibilitan en la actualidad la apertura para que los jóvenes se pronuncien y construyan sus propios proyectos, fortalezcan sus organizaciones y mejoren las condiciones de vida de sí mismos y sus comunidades. Además, los jóvenes han ido ganando escenarios de visibilidad, como su inclusión en el presupuesto participativo, iniciativa promovida por la Administración municipal para la definición de prioridades para la inversión de recursos en la comuna o corregimiento. Es así como algunas propuestas de comunicación comunitaria han contado con el apoyo del presupuesto participativo para la ejecución de las propuestas como el periódico «Altavista Somos», del corregimiento de Altavista en Medellín, que cuenta con la participación de 15 jóvenes entre 14 y 25 años y ha logrado proyectar a la comunidad en su cotidianidad, sus rostros; así mismo, ha buscado educar a la población en diferentes temas que los afectan de manera directa.

El periódico comunitario Ciudad Rural cuenta con siete años de existencia; su equipo de trabajo reúne aproximadamente a 30 jóvenes; se trata del periódico comunitario con mayor trayectoria en la ciudad de Medellín, que logra potenciar y comunicar los cinco corregimientos del municipio de Medellín; su eslogan es «*Periodismo para una ruralidad visible*». En la actualidad, y gracias a la gestión del grupo base de San Antonio de Prado, en cada uno de los corregimientos existen *comunicadores comunitarios* que se encargan de buscar y nutrir cada edición del periódico. El trabajo comunitario y el periodismo son las fuentes de motivación de los jóvenes que encuentran en este espacio un lugar para proyectarse académica y profesionalmente.

Qué perla de campesino, Retratos de mi pueblo, «Yo salí de una montaña», Campesinos al tablado, Nuevo amanecer rural, Libertad sobre rodillos, El

campo se mueve, son sólo algunos los temas que trata Ciudad Rural mes a mes y que, con periodismo juvenil, aporta y contribuye al tejido social y al desarrollo local de los cinco corregimientos de Medellín.

CONCLUSIÓN

Las agrupaciones juveniles son el espacio propicio para el ejercicio de la ciudadanía de los «jóvenes rurales». En las agrupaciones, los jóvenes descubren un espacio - tiempo - lugar de jóvenes para jóvenes. Se entiende que las agrupaciones juveniles se configuran como *territorios juveniles*, considerados un espacio simbólico donde es posible no sólo «pasarla rico» o contar con un «lugar de encuentro», para convertirse en un espacio que rompe la rutina del corregimiento y permite superar la monotonía familia - escuela. Además, la agrupación se va convirtiendo un espacio - tiempo - lugar alternativo para los jóvenes «hacer cosas nuevas» y lograr «iniciativas propias». Gracias al fortalecimiento, permanencia y continuidad de los jóvenes agrupados se van reconfigurando las relaciones con los adultos, pues los jóvenes toman decisiones y asumen acciones grupales en divergencia o diálogo concertado con los adultos.

Las formas de agrupación juvenil también fortalecen las identidades de forma diferenciada, tanto en las relaciones generacionales, como en las relaciones de género, pues el protagonismo que logran los y las jóvenes va reafirmando su liderazgo y puliendo la pasividad individual; esas transformaciones identitarias se fortalecen, más aún, cuando se incorporan al plan organizativo estrategias y medios de comunicación alternativos donde circulan expresiones y dinámicas que se nombran como propias.

Esa relación entre agrupaciones juveniles y medios de comunicación alternativos va configurando una *comunicación otra* donde están presentes algunos elementos fundamentales en los «derechos a la comunicación», en tanto se entiende que:

«La comunicación es un proceso fundamental y la base de toda organización social. La comunicación es más que la mera transmisión de mensajes. La comunicación es una interacción humana entre individuos y grupos a través de la cual se forman identidades y definiciones. Los derechos de la comunicación están basados sobre una visión del libre flujo de información e ideas que son interactivos, igualitarios y no discriminatorios e impulsan las necesidades humanas, en vez de intereses comerciales o políticos»²¹.

Bajo esas condiciones de organización y apropiación de medios de comunicación alternativos, los jóvenes encuentran en la *comunicación otra* la oportunidad de tomar la voz, impulsar el cambio y el desarrollo de sus proyectos de vida, sin abandonar las condiciones propias de la ruralidad. La *comunicación otra* permite a los jóvenes proyectarse en su comunidad, trabajar por el desarrollo social local y ser, además, protagonistas de su propia historia y constructores de su identidad diferenciada.

ANEXO: MEDIOS IMPRESOS DE GRUPOS JUVENILES

| NOMBRE | DIRIGE/ ACOMPAÑA/ RESPONSABLE(S) | PÚBLICO OBJETIVO | TEMAS ABORDADOS Secciones | DATOS IMPORTANTES |
|--|--|---|---|--|
| Altavista Somos | Editor: Ramón Pineda-Periodista y docente Asistente: Perla Toro Coordinación, interventoría: Facultad de Comunicación Social Universidad de Antioquia Diseño y diagramación: Álvaro Vélez Iniciativa: Facultad de Comunicación Social Universidad de Antioquia | ● Corregimiento de Altavista, Medellín | Somos Opinión Somos Rostros Somos Comunidad Somos Vida Somos Memoria Somos Cultura Somos Presente Somos Futuro Somos Voces Somos Historia | Fecha en que inició: abril de 2006 No. de ejemplares: 3 a la fecha Periodicidad: mensual Número de integrantes: 15 jóvenes de Altavista. Recursos: Programa de Planeación y Presupuesto Participativo de la Alcaldía de Medellín Número de páginas: 12 Distribución: gratuita Correo electrónico: altavistasomos@gmail.com |
| Ciudad Rural. Periodismo para una Ruralidad Visible | Director General: Héctor Darío Zapata Director: José Fernando Betancur Comité Editorial: Antonio Betancur, Yenny Marcela Torres, Freddy Arango, Jacobo Gómez, María Isabel Gómez y Carlos Mario Uribe Preprensa y Edición: Casa Editorial El Mundo | Los cinco corregimientos de Medellín: ● Altavista ● San Antonio de Prado ● San Cristóbal ● San Sebastián de Palmitas ● Santa Elena | Altavista San Antonio de Prado San Cristóbal San Sebastián de Palmitas Santa Elena | Fecha inicio: 1998 No.de ejemp: 62 a la fecha. Periodicidad: mensual No.de integrantes: 13 (representación de cada corregimiento para reportería y fotografía) Recursos: dineros públicos, priorizados por los ciudadanos del c/gimientto de San Antonio de Prado /recursos de Planeación y Presupuesto Participativo de la Alcaldía de Medellín. No.de páginas: 16 Distribución: valor \$ 1.000 Correo electrónico: ciudadrural@epm.net.co Teléfonos: 2 86 52 38 - 2 86 53 44 |
| Viviendo Santa Elena | Director - Editor: León Darío Posada Gutiérrez Consejo de redacción: Raúl Ignacio Ríos y Elvira Yaneth Ángel Diseño y diagramación: Carlos Mario Restrepo Asesora en comunicación: Ana Isabel Rivera Iniciativa: Corporación Sietecueros | ● Corregimiento de Santa Elena | Editorial Opinión Noticias Cartas Educación y pedagogía Tema central Literaria Desarrollo social Memoria y patrimonio Agropecuaria Culturales Variedades Divulgación artística | Fecha en que inició: 2001 No.de ejemp: 30 a la fecha Periodicidad: mensual No.de integrantes: 4 Recursos: Secretaría de Cultura Ciudadana de Medellín Número de páginas: 16 Distribución: valor \$ 1.000 Correo electrónico: csietecueros@terra.com Teléfono: 5 38 00 17 Dirección: Sede Comunal vereda El Llano, segundo piso. |

| NOMBRE | DIRIGE/ ACOMPAÑA/ RESPONSABLE(S) | PÚBLICO OBJETIVO | TEMAS ABORDADOS Secciones | DATOS IMPORTANTES |
|--------------------------------|---|-------------------------|---|--|
| El Sol | Director: Hernán Atehortua Colaboradores: Ingrid Cruz, Ana María Uribe, Marco Fidel Bedoya, Alejandro Albán, Alejandro Bustamante, Luis Fernando Estrada. Diseño y diagramación: Sandra Mazo Iniciativa: surge ante la necesidad de educar y sensibilizar a los habitantes de la Comuna Doce en medio ambiente | Comuna Doce de Medellín | Opinión Educación Medio Ambiente Cultura Barrios | Fecha en que inició: 1997 No de ejemp: 23 a la fecha Periodicidad: mensual No de integrantes: 9 Recursos: presupuesto participativo año 2005 - 2006 No de páginas: 8 Distribución: gratuito Correo electrónico: elsol1320@yahoo.es Teléfono: (034) 4 21 03 82 |
| Signos desde la 13 | Dirección: Paula Sánchez y Adela María Ortega Colaboradores: Alexis Hinestroza, Francelly Ortega, Erik Baniz, Editores: Elkin León Milton Vásquez Diseño y diagramación: Creación Libertaria Apoyo: Asociación Cristiana de Jóvenes Medellín. Iniciativa: Grupo de periodismo Kinesica. | Comuna 13 de Medellín | Temas generales de corte juvenil Comunidad Recreación Grupos juveniles | Fecha en que inició: 2004 No de ejemp: 3.000 /promedio Periodicidad: trimestral Número de integrantes: 9 Recursos: presupuesto participativo Número de páginas: 8 Distribución: puerta a puerta Costo: dos monedas de cualquier valor Correo electrónico: kinesica2@hotmail.com kinesica1@yahoo.com.ar Teléfono: (034) 4 93 27 07 - 2 52 38 27 |
| Sendas. Senderos de Desarrollo | Colaboradores: Margarita Puerta, Luckas Perro, Óscar Caro, Lina Yepes, Yesid Henao, Edison Brand, María Josefa Restrepo, Yancy Yulieth Muñoz Diseño logotipo: Caja de Herramientas Diseño y diagramación: Casa editorial El Mundo Proyecto de comunicación: Proyectémonos juntos al desarrollo social en la comuna seis de Medellín. Corporación Picacho con Futuro | Comuna Seis de Medellín | Proyectos Comuna Seis Desde los Barrios Cultural | Fecha en que inició: 2001 No de ejemp: 8 al mes de diciembre de 2005 Periodicidad: bimensual Número de integrantes: 8 Recursos: Fondo Focus, Municipio de Medellín y recursos propios de la organización comunitaria. Número de páginas: 8 Distribución: gratuita Correo electrónico: boletínsenderos@yahoo.com Teléfono: (034) 471 45 74 - 476 20 28 Observaciones: el periódico no se encuentra en circulación y pasará a ser manejado por la Corporación Simón Bolívar. |

Fuente: Investigación «Sujeto joven en contexto rural. Una aproximación a través de las agrupaciones Juveniles. Universidad de Medellín - COMFENALCO ANTIOQUIA. 2005-2006.

BIBLIOGRAFÍA

- ALCALDÍA DE MEDELLÍN. Plan de Desarrollo 2004 - 2007. Sergio Fajardo Valderrama - Alcalde.
- ALFARO, Rosa María. «Politizar la ciudad desde comunicaciones ciudadanas». En: Revista Diálogos de la comunicación. No. 65. FELAFACS. 2005. pgs. 34 - 53.
- BAICUE PELA, José Eliseo; DÍAS CALDERÓN, Héctor; GONZÁLEZ GOLDSTEIN, Álvaro José. Espacios como discurso mediático que debe construir la emisora Nueve Stereo del norte de Neiva para incentivar la participación y legitimar por parte de la comunidad. Tesis de grado en Comunicación Social y Periodista. Universidad Surcolombiana, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Neiva, 2003.
- BENAVIDES CAMPO S, Julio Eduardo. En: «Medios de comunicación comunitaria: entre los deseos y los espejismos de la ciudadanía. Bucaramanga. 2004.
- BENDEZÚ, Raúl. «Aproximación semiótica al discurso de la comunicación alternativa». En: Revista Contratexto. No. 4. Universidad de Chile. Julio - diciembre de 1989.
- BERNAL GUTIÉRREZ y PEDROSA URUETA. Comunicación y Producción de Medios Micromedios. Colombia. Editorial Unisur, 1995.
- CAMACHO AZURDY, Carlos A. «América latina, en el reto de construir puentes con y entre las ciudadanías. El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa». En: Revista Diálogos de la Comunicación. No. 68. FELAFACS, 2003. pgs. 52 - 66
- CR.FRANCER, Nancy, Lustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición «postsocialista». Siglo del Hombre Editores. Universidad de los Andes. Facultad de Derecho. 1197. Pgn 70 - 71.
- DE FONCUBERTA, Mart, GÓMEZ MOMPART, J. L Alternativas en Comunicación. Crítica de experiencias y teorías. Barcelona. Editorial Mitre, 1983.
- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN DE MEDELLÍN. Unidad de Clasificación Socioeconómica y Estratificación. 2005. En: [www.medellín.gov.co/anuario estadístico/población2005](http://www.medellín.gov.co/anuario_estadístico/población2005)
- DICCIONARIO DE FILOSOFÍA LATINOAMERICANA: «Comunicación Alternativa». Biblioteca Virtual Latinoamericana. www.ccydel.unam.mx
- ESCOBAR, Manuel Roberto y otros. Estado del arte del conocimiento producido sobre jóvenes 1985 - 2003. Bogotá: DIUC - Universidad Central, Programa presidencia Colombia Joven, GTZ, UNICEP. www.colombiajoven.gov.co/SIUJ.2004.
- . «La investigación sobre juventud en Colombia: Reflexiones a partir de un estado del arte». En: GARCÉS MONTOYA, Ángela. LOMBANA HERRERA, Diana (Editoras) Pensar la Comunicación. Reflexiones y avances en investigación. Medellín: Sello Editorial Universidad de Medellín. Enero 2006. pgs 188 - 190.
- GARCÉS MONTOYA, Ángela. «Del estilo a las culturas juveniles. Entre los discursos de dominación y los discursos de resistencia sobre la juventud. En: Pensar la Comunicación. Reflexiones y avances en investigación. Sello Editorial Universidad de Medellín, 2005. pgs. 197 - 226.

- JARAMILLO LÓPEZ, Juan Camilo. «El concepto de comunicación alternativa desde el enfoque de la comunicación pública». Documento de trabajo facilitado por el autor.
- MARTÍN - BARBERO, Jesús. «Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad». En: *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá, Universidad Central, Siglo del Hombre, 1998.
- NAGLES SOTOS, Jhon Fredy. En: *¿El nuevo camuflaje de la alineación? Un enfoque local*. Neiva. www.planetapaz.org/comunicación/comunitaria/radio/nuevo_camuflaje.ht.
- SENDA Y SENDEROS DE DESARROLLO. Sistema de comunicación de la Comuna 6 de Medellín. Boletín informativo número 008. Diciembre de 2005. pgs 8.
- SIMPSON, Máximo. «Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades», En: *Comunicación alternativa y cambio social*. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D. F., 1° edición. 1981.

NOTAS

- ¹ Este artículo se basa en la investigación «Sujeto joven en Contexto Rural. Una aproximación a través de las agrupaciones juveniles». Desarrollada por el Grupo de Investigación Discurso, Organización y Política de la Universidad de Medellín y el Área de Investigación y Análisis en Juventud de COMFENALCO-Antioquia, quienes en conjunto aportan al desarrollo de la línea de investigación: Comunicación y Culturas Juveniles. La investigación está adscrita al Grupo Discurso, Organización y Política clasificado en categoría A por Colciencias. Línea de Investigación: Comunicación y Culturas Juveniles desarrollada a través de los proyectos de investigación: «Culturas juveniles contemporáneas. Una aproximación antropológica», «Mediaciones musicales juveniles», «Sujeto joven en contexto rural. Aproximación a través de las organizaciones juveniles».
- ² ESCOBAR, Manuel Roberto. «La investigación sobre juventud en Colombia: Reflexiones a partir de un estado del arte». En: GARCÉS MONTOYA, Ángela. LOMBANA HERRERA, Diana (Editoras) *Pensar la Comunicación. Reflexiones y avances en investigación*. Medellín: Sello Editorial Universidad de Medellín. Enero 2006. pgs 188 – 190. El estudio realiza un balance Estado del arte del conocimiento producido sobre jóvenes 1985 – 2003 en Colombia; la investigación es financiada por el Departamento de Investigación de la Universidad Central –DIUC y el Programa presidencial «Colombia Joven, GTZ, UNICEP». Se pueden consultar los resultados en: <http://www.colombiajoven.gov.co/SIUIJ.2004>.
- ³ Metrojuventud es la subsecretaría del Municipio de Medellín encargada de coordinar el efectivo desarrollo de la Política Pública de Juventud, responsable de incidir en las distintas instancias públicas y privadas para garantizar el cumplimiento de los derechos de los jóvenes, la constitución de la juventud como actor estratégico del desarrollo municipal y el mejoramiento de su calidad de vida, consultar: www.metrojuventud.gov.co.
- ⁴ BENDEZÚ, Raúl. «Aproximación semiótica al discurso de la comunicación alternativa». En: *Revista Contexto*. No. 4. Universidad de Chile (julio – diciembre de 1989). Pg. 154.

- ⁵ BENDEZÚ, Raúl. *Ibíd.*
- ⁶ ALFARO, Rosa María. «Politizar la ciudad desde comunicaciones ciudadanas». En: Revista Diálogos de la comunicación. No. 65. FELAFACS. 2005. pg. 37.
- ⁷ Entrevista concedida por Mónica Sepúlveda, Coordinadora de la Escuela de Animación Juvenil. Medellín-Antioquia. Realizada por Tatiana Betancur Jaramillo. Marzo 9 de 2006.
- ⁸ CAMACHO AZURDY, Carlos A. «América latina, en el reto de construir puentes con y entre las ciudadanías. El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa». En: Revista Diálogos de la comunicación. No. 68 FELAFACS, 2003. pgs. 52 – 66.
- ⁹ Citado por BERNAL - GUTIÉRREZ y PEDROSA - URUETA. Comunicación y Producción de Medios Micromedios. Colombia. Editorial Unisur, 1995. pg. 67.
- ¹⁰ DEANE, James y GRAY-FELDER, Dense. Comunicación para el cambio social. Documento programático e informe sobre una Conferencia en New York, The Rockefeller Foundation, 1966. Citado por CAMACHO AZURDY, Carlos A. Op. Cit. pgs. 58.
- ¹¹ JARAMILLO LÓPEZ, Juan Camilo. «El concepto de comunicación alternativa desde el enfoque de la comunicación pública». Documento de trabajo facilitado por el autor.
- ¹² ALFARO, Rosa María. Op. Cit. pg. 39.
- ¹³ Plan de Desarrollo 2004 - 2007. Alcaldía de Medellín. Acuerdo número 03 de 2004. Junio 8 de Medellín.
- ¹⁴ Corporación Simón Bolívar. Senda y Senderos de desarrollo. Boletín informativo número 008. Diciembre de 2005.
- ¹⁵ Citado en: Diccionario de Filosofía Latinoamericana: «Comunicación Alternativa». Biblioteca Virtual Latinoamericana. www.ccydel.unam.mx/pensamientoycultura/biblioteca.
- ¹⁶ Benavides campos, Julio Eduardo. En: «Medios de comunicación comunitaria: entre los deseos y los espejismos de la ciudadanía. Bucaramanga. 2004. Pg 1.
- ¹⁷ NAGLES SOTOS, Jhon Fredy. En: ¿El nuevo camuflaje de la alineación? Un enfoque local en Neiva. Publicado en: www.planetapaz.org/comunicación/comunitaria/radio/nuevo_camuflaje.ht.
- ¹⁸ BAICUE PELA, José Eliseo; DÍAZ CALDERÓN, Héctor; GONZÁLEZ GOLDSTEIN, Álvaro José. Espacios como discurso mediático que debe construir la emisora Nueve Stereo del norte de Neiva para incentivar la participación y legitimar por parte de la comunidad; (Tesis de grado para alcanzar el título de Comunicador Social y Periodista). Universidad Surcolombiana, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Programa de Comunicación social y Periodismo; Neiva, 2003. Pgn. 55
- ¹⁹ BENAVIDES CAMPOS, Julio Eduardo. En: «Medios de comunicación comunitaria: entre los deseos y los espejismos de la ciudadanía. Bucaramanga. 2004. Pag 5.
- ²⁰ CR.FRANCER, Nancy, Lustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición «postsocialista». Siglo del Hombre Editores. Universidad de los Andes. Facultad de Derecho. 1197. Pgs 70 - 71.

²¹Declaración presentada por el profesor Cees Hamelink durante el Foro Mundial sobre los Derechos a la comunicación. Ginebra, 11 de diciembre de 2003. Se postula que bajo el nombre de «Derechos a la comunicación se recoleta un número de derechos humanos relacionados con la información y la comunicación y ha sido aprobado en varias convenciones mundiales.